

Monster oder Mitmensch? Der vampirische Andere in zwei Versionen von Francis D. Lawrences Film *I Am Legend*

Holger Pötzsch

Keywords: Hollywoodfilm, Propagandamodell, I Am Legend, Francis D. Lawrence, Testvorführungen, Filmproduktion, Ideologie, Profitorientierung

Abstract

Der Beitrag untersucht zwei Versionen des Hollywood-Actionfilms „I Am Legend“ (2007). In einem kritischen Vergleich werden unterschiedliche ideologische Standpunkte der beiden Fassungen herausgearbeitet und die politische Schlagseite der hegemonialen Kinoversion, unter Bezugnahme auf das Propagandamodell, durch Marktzwänge und Profitstrategien erklärt, die eine konservative und systemtreue Ausrichtung privilegieren. Testvorführungen treten als konkrete Vermittlungsinstanz hervor, die Anleitung dazu gibt, wie ästhetische Form an finanzielle Erwägungen angepasst werden kann. Das Resultat, so der Beitrag, stärkt dann eine bestehende Hegemonie weiter. Auf diese Weise wird das von Herman und Chomsky entwickelte Propagandamodell am konkreten Beispiel operationalisiert.

Pötzsch, Holger. 2019. „Monster oder Mitmensch? Der vampirische Andere in zwei Versionen von Francis D. Lawrences Film *I Am Legend*“. In *Ideologie, Kritik, Öffentlichkeit. Verhandlungen des Netzwerks Kritische Kommunikationswissenschaft*, herausgegeben von Uwe Krüger und Sebastian Seivignani, 124–139. Universität Leipzig. DOI: 10.36730/ideologiekritik.2019.7

1 Einführung

Dieser Text behandelt den US-amerikanischen Actionfilm *I Am Legend* (Lawrence 2007a). Anhand einer kritisch-vergleichenden Analyse der Kinofassung und eines später herausgegebenen Director's Cut (Lawrence 2007b) fragt der Beitrag, wie es geschehen konnte, dass eine kreative und der literarischen Vorlage treue Version kurz vor der Premiere plötzlich Änderungen unterworfen wurde, die nicht nur die narrative Konsistenz der erzählten Geschichte zerstörten, sondern den Film auch von einer beißenden Kritik an der vorherrschenden Ideologie des Krieges gegen den Terror in eine konservativ-reaktionäre Machtphantasie verwandelten.

Die Antwort, so meine Hypothese, liegt im Produktionsmodell Hollywoods, das strengen Profitkalkülen unterworfen ist und daher außerstande scheint, seinem Publikum innovative und fordernde Erzählungen vorzusetzen. Eine Geschichte, in der der männliche Held plötzlich als fehlgeleiteter Mörder und Verbrecher erscheint, während die zuvor niedergemetzelten Monster mehr und mehr ihre Menschlichkeit und sogar ethische Überlegenheit zeigen war offenbar für ein durch Diskurse des Krieges gegen den Terror geprägtes US-amerikanisches Massenpublikum zu viel des Guten.

Mit Hilfe des von Herman und Chomsky (1988) eingeführten und von Alford (2011, 2015) auf Hollywood angewandten Propagandamodells zeige ich hier, dass die politisch signifikanten (und aus meiner Sicht problematischen) Änderungen an der ursprünglichen Version des Films das Resultat von Testvorführungen waren, in denen ein implizit normgebendes Publikumssegment die Originalfassung scharf kritisierte. Die Profitorientierung kommerzieller Filmproduktionen wird dabei zu mehr als einer neutralen Marktausrichtungsstrategie und erscheint als ein politisch relevanter Filter, der vorherrschende Ideologien und Machtpositionen fördert, während er kritische Artikulationen marginalisiert und ausgrenzt.

2 Das Propagandamodell zwischen Nachrichten- und Kulturproduktion

Das von Herman und Chomsky in ihrem Buch *Manufacturing Consent* (2002 [1988]) eingeführte Propagandamodell nimmt eine fundamentale Kritik der Kriegs- und Konfliktberichterstattung US-amerikanischer Nachrichtenmedien zum Anlass, um auf eine eklatante politische Schlagseite kommerzieller Massenmedien hinzuweisen. Den Autoren zufolge muss jeder Artikel und jede Meldung vor Veröffentlichung eine Serie von Filtern passieren, die auf vorherrschende Machtverhältnisse zielende kritische Sichtweisen ausgrenzen und unterdrücken. Das Resultat ist eine Kluft zwischen öffentlicher und veröffentlichter Meinung, die unter anderem von Uwe Krüger (2016, 2019) bei Themen zur Außen- und Sicherheitspolitik auch für deutsche Verhältnisse nachgewiesen wurde.

In ihrer mit reichhaltigen Beispielen illustrierten Studie belegen Herman und Chomsky, dass eine ideologische Unausgewogenheit US-amerikanischer Nachrichtenmedien einer Serie von Ausschlussmechanismen geschuldet ist, die nur bestimmte Konflikte, Akteure und Opfer als relevant und berichtenswert hervorheben. Was die als würdig betrachteten Beiträge gemeinsam haben, ist eine politische Schlagseite, die US-amerikanische Militärmacht als eine globale Kraft des Guten und eine kapitalistische Ordnung und damit verbundene Ungleichheiten und Ungerechtigkeiten als natürlich und zum Nutzen aller erscheinen lässt.

Die fünf für eine kapitalistische Nachrichtenproduktion relevanten Filter sind Herman und Chomsky zufolge:

1. Größe, Konzentration und Profitorientierung;
2. Werbung;
3. Quellen;
4. Flak;
5. Anti*-ismus.

Zusammengenommen bedingen diese Faktoren Inhalt und Form von Nachrichtenproduktion im Sinne von Eliteninteressen. Die Macht von Investoren und Eigentümern (Filter 1), Werbekunden (Filter 2) und zugänglichen Informationsquellen (Filter 3), sowie die Drohung öffentlicher Anprangerung (Filter 4) sowie bestimmte Erwartungen an die

publizierten Inhalte (Filter 5) legen enge Rahmen, die veröffentlichte Nachrichten implizit an einen bestehenden Status Quo angleichen.

Es ist wichtig anzumerken, dass Hermans und Chomskys Modell eine Form von Propaganda beschreibt, die nicht von einer Verschwörung dicht vernetzter Eliten vorgeschrieben und durchgesetzt wird. Im Gegenteil sind Eliten in diesem Netz genauso gefangen wie alle anderen. Die etablierten Strukturen einer kapitalistisch organisierten Nachrichtenproduktion gleichen einem impliziten Muster, das, so man sich daran hält, beruflichen Erfolg und Einfluss sichert, während es Zuwiderhandelnde mit negativem Feedback bis hin zu Ausschluss bestraft. Es sind diese Strukturen, nicht individuelle Akteure, die oft ökonomisch motivierte Handlungsanleitungen vorgeben und so die Berichterstattung politisch im Sinne hegemonialer Interessen ausrichten. Die Erwägungen einzelner Journalisten sind für die Autoren daher weniger interessant als die institutionellen und wirtschaftlichen Rahmen, die diese Erwägungen bedingen. In ihrem Buch belegen Herman und Chomsky (2002 [1988]) diese Zusammenhänge quantitativ in Tabellenform und durch detaillierte qualitative Fallstudien. Die oft vorgebrachte Kritik, das Propagandamodell wäre eine Verschwörungstheorie oder nicht empirisch untermauerbar (siehe z. B. Entman 1990a&b oder Lang und Lang 2004) kann daher als verfehlt angesehen werden (siehe auch die Repliken von Herman 1990, 2000 und Herman und Chomsky 2004).

Trotz anhaltender kritischer Debatte (siehe z. B. Brahm 2006) genießt Hermans und Chomskys Arbeit noch immer großes Ansehen und wird mit Blick auf politische, technologische oder andere Neuerungen ständig geänderten Bedingungen angepasst (siehe u. a. Fuchs 2018, Robinson 2015 und Zollmann 2018). Auch wurde die Reichweite des Modells auf neue Regionen und andere Bereiche der Kulturproduktion ausgedehnt. So haben z. B. Krüger (2019), Mullen (2018), Álvarez-Peralta (2018), Zollmann (2017) und Caballero (2018) das Propagandamodell zur Analyse der Verhältnisse in Deutschland, Großbritannien, Spanien, sowie Mexico und Venezuela angewandt, während vor allem Alford (2011, 2015) für eine Übertragbarkeit auf Film- und Fernsehproduktionen argumentiert hat. Besonders Alfords Arbeit ist für diesen Beitrag von Bedeutung.

Es gibt selbstverständlich alternative Herangehensweisen, um eine ideologisch-politische Schiefelage kommerzieller Nachrichten- und Kulturproduktion aufzuzeigen. Schon in den 1970er Jahren hat z. B. die

Birmingham School of Cultural Analysis unter Stuart Hall die Bedeutung materieller Verhältnisse für die Produktion und Rezeption von Kulturausdrücken hervorgehoben. Im Gegensatz zu Herman und Chomsky richtete man hier auch Augenmerk auf die Fähigkeit von Rezipienten, die angebotenen Bedeutungspotentiale kommerzieller Produkte zu hinterfragen, zu bearbeiten und für eigene Interessen nutzbar zu machen (siehe z. B. Hall 1977). Lee Artz (2015), um ein zweites Beispiel zu nennen, analysiert Kulturproduktion aus einer globalen Perspektive heraus und zeigt auf, dass nationale Rahmen nur noch bedingt Einfluss auf die Arbeit weltweit agierender Medienbetriebe haben. Er weitete damit den Fokus auf eine globale Ebene aus und knüpft an postkoloniale Kritiken einer ideologischen Schiefelage von massenkulturellen Produkten an. Von der Frankfurter Schule bis zu Arbeiten zur politischen Ökonomie digitaler Medien ließen sich hier eine Reihe weiterer, ähnlich ausgerichteter kritischer Ansätze nennen (z. B. Marcuse 1991 [1964] oder Schiller 2000).

Trotz dieses breiten Angebots relevanter Studien (die sich in den letzten Jahren wieder erhöhter Aufmerksamkeit erfreuen) rekurriere ich in diesem Text auf das Modell von Herman und Chomsky, das bereits von Alford (2011, 2015) auf Hollywood-Filmproduktionen angewandt wurde. Um den ideologischen Gehalt scheinbar rein instrumenteller Anpassungen an oft implizit als natürlich angesehene Marktmechanismen herauszustellen, lassen sich im Falle der zwei Versionen des Filmes *I Am Legend* die Filter Eigentumsverhältnisse, Profitorientierung, Flak sowie Anti-*ismus produktiv anwenden und dadurch am konkreten Fallbeispiel operationalisieren. Probevorführungen des eigentlich fertigen Filmes vor dessen Freigabe werden hier als konkrete Scharniere sichtbar, durch die Herman und Chomskys Filter ihren Einfluss ausüben, indem sie die ideologische Ausrichtung von Kulturprodukten an dem Geschmack eines als normgebend angesehenen Musterpublikums orientieren, um den hohen Investitionskosten die erwarteten Erträge zu sichern.

Zunächst muss jedoch dargelegt werden, was überhaupt auf dem Spiel steht. Was für eine Geschichte erzählt Lawrences Film *I Am Legend*? Welchen Änderungen wurde das Werk vor Veröffentlichung unterworfen? Und, nicht zuletzt, welche Rolle spielten Probevorführungen in diesen Prozessen?

3 Von Roman zu Film: Adaptionen von Richard Mathesons *I Am Legend*

Lawrences Actionfilm *I Am Legend* ist die mittlerweile dritte Adaption von Richard Mathesons gleichnamigem Roman, der 1954 in den USA erschien. Filme und Roman erzählen die Geschichte eines Mannes, der als scheinbar einziger Mensch eine Epidemie überlebt hat, die den Rest der Weltbevölkerung entweder getötet oder in blutrünstige Vampire verwandelt hat. Während die Romanvorlage diese Geschichte nutzt, um Wissensregime, die den Anderen als minderwertige Lebensform konstruieren und auf die Rolle einer unmenschlichen tödlichen Bedrohung reduzieren, kritisch zu hinterfragen, heben die sukzessiven Filmfassungen in steigendem Maße den als gerecht und notwendig präsentierten Kampf des männlichen und zunehmend militarisierten Helden gegen Horden dämonisierter Feinde hervor. Dieser Prozess kulminiert in der Kinoversion von Lawrences Verfilmung. Der später zugänglich gemachte Director's Cut kann dahingegen als der Buchvorlage in zentralen Bereichen treue Adaption angesehen werden.

Der Protagonist in Mathesons Roman ist ein ehemaliger Fabrikarbeiter, der verzweifelt versucht, in seiner Einsamkeit zu überleben. Seine Bestrebungen, mit Hilfe aus einer Bibliothek entnommener Bücher eine Erklärung für die Vampirepidemie zu finden und eventuell sogar eine Medizin dagegen zu entwickeln, scheinen über weite Strecken eher als Beschäftigungstherapie denn als wirkliche wissenschaftliche Arbeit. Es ist ein wichtiges Anliegen von Matheson, den klassischen männlichen Helden, der normalerweise sowohl über physische als auch epistemologische Gewaltmittel verfügend zur Errettung der Welt schreitet, zu dekonstruieren und dessen Hohlheit darzustellen. Etablierte Wissensregime werden dabei zum eingebildeten Rettungsanker für das eigentlich hilflose Individuum und nicht zum frei verfügbaren Machtinstrument.

Als der Held Robert Neville am Ende des Romans endlich erkennt, dass ein Teil seiner vermeintlich monströsen Gegner noch immer Menschen sind, die, von ihm unbemerkt, eine neue Gesellschaft aufbauen, ist es für seine eigene Rettung bereits zu spät. Er stirbt mit der Erkenntnis, dass er selbst jetzt eine Legende ist – ein vielbeschworenes blutrünstiges Monster, das unschuldige Männer, Frauen und Kinder im Schlaf aufgesucht und getötet hat. Sein Tod wirkt verdient und seiner Unfähigkeit geschuldet, in dem Anderen mehr zu sehen als eine unmenschliche

Bedrohung. Erstmals zur Zeit der gnadenlosen Kommunistenjagd eines Joseph McCarthy in den USA veröffentlicht, erscheint Mathesons Werk als eine zeitgemäße Warnung vor den Folgen politischer und anderer Diskurse, die jegliche Interaktion mit einem dämonisierten Opponenten ausschließen. In den Worten von Faizi (2015, 40) macht der Roman *I Am Legend* die verheerenden Konsequenzen einer „Dialogzerstörung“ („dialogue annihilation“) sichtbar.

In späteren Verfilmungen wird die tragische Figur Robert Nevilles mehr und mehr zum klassischen militarisierten Helden umgedeutet, dessen Mission in zunehmendem Maße die Rettung von Gemeinschaft und Welt wird. In Ubaldo Ragonas *The Last Man on Earth* (1964) ist der Protagonist Naturwissenschaftler und arbeitet professionell an der Entwicklung eines Impfstoffes. In Boris Sagals *The Omega Man* (1971) ist der Held bereits Armeearzt und verschanzt sich schwer bewaffnet in einer Luxuswohnung, während Lawrences Kinofassung von 2007 Robert Neville in einen Elitesoldaten und Top-Forscher transformiert. Nur Ragonas Film erhält die überraschende Erkenntnis aufrecht, dass die scheinbar irrationalen und tödlichen Feinde doch menschliche Züge tragen. In den beiden späteren Filmen stirbt Robert Neville, um entweder eine Gemeinschaft noch Lebender zu schützen (Sagal) oder sogar eine Kur für die Epidemie zu sichern (Lawrence). In Lawrences Film spielt Will Smith den ersten nicht-weißen Robert Neville.

Vor allem an der neuesten Verfilmung von *I Am Legend* durch Francis D. Lawrence verwundert es, dass eine Version ins Kino kam, die nicht nur mit der Buchvorlage an entscheidender Stelle bricht, sondern dies auch auf Kosten offenkundiger narrativer Ungereimtheiten tut.¹ So wird in der Kinofassung nicht erklärt, wie die als aggressive Raubtiere präsentierten Vampire plötzlich die Fähigkeit entwickeln konnten, mit Hilfe von Schaufensterpuppen eine komplizierte Falle zu konstruieren, um Neville habhaft zu werden. Den ganzen Film hindurch verbleiben die Vampire auf eine tödliche Bedrohung reduzierte Monster, deren Tötung dem Helden wie dem Publikum legitim und alternativlos erscheint. Vor allem ist in diesem Fall aber bemerkenswert, dass eine Originalfassung von *I Am*

¹ Für einen sorgfältigen Vergleich von Roman und Lawrences Kinoversion siehe z. B. Bowring (2015).

Legend existiert, die nicht in die Kinos kam und die an entscheidender Stelle etablierte Heldenmotive herausfordert.

4 Monster oder Mitmensch? Die Doppelrolle des vampirischen Anderen in Lawrences *I Am Legend*

Die Kinofassung von Lawrences Film endet mit einem Blutbad. Als Neville, durch den Tod seines Hundes endgültig vereinsamt, die Vampire nachts offen konfrontiert, um sein Leben zu beenden, wird er überraschend von einer Frau namens Anna und einem Jungen namens Ethan gerettet, die dieselbe unerklärliche Immunität gegen den Virus haben wie er selbst. Zurück in Nevilles Festung, entwickelt sich ein zaghafter Dialog zwischen den beiden Erwachsenen. Während Neville einen militärisch-wissenschaftlichen Diskurs vertritt und behauptet, seine Forschung werde Resultate zeitigen und er werde die Krankheit heilen können, rekurriert Anna auf einen religiösen Diskurs und behauptet, der Stimme Gottes zu folgen, die sie zu einer Kolonie von Überlebenden führt. Ihre religiöse Position eröffnet auch einen neuen, einfühlsameren Blick auf den dämonisierten Anderen. In Nevilles Labor spricht daher Anna folgerichtig von „ihm“ und „ihr“, während Neville das Pronomen „es“ benutzt, wenn sie über die Vampire und Nevilles Versuchsobjekte sprechen.

Als es zum finalen Showdown zwischen den menschlichen Überlebenden und den Vampiren kommt, werden solche Ambivalenzen allerdings wieder unterdrückt. Neville, Anna und der Junge verschanzen sich gegen den gnadenlosen Ansturm der Vampire in Nevilles Labor. Während das schützende Sicherheitsglas langsam nachzugeben droht, reicht Neville Anna ein Serum, das er gerade aus einem seiner Versuchsobjekte extrahiert hat, und versichert, dass es die Krankheit kuriere. Er versteckt Anna und das Kind in einem sicheren Raum und tötet dann sich selbst und die Vampire mit einem Sprengsatz. Die Frage Annas, was er da tue, beantwortet Neville mit den Worten, er habe angefangen zuzuhören. Hier impliziert die Antwort eine Neupositionierung von Neville im Rahmen von Annas religiösem Diskurs: Er hört jetzt auf die Stimme Gottes, die offenbar durch Anna spricht.

Die Kinofassung endet dann mit einer entsprechenden Szene, in der Anna und der Junge vor einem Stahlportal haltmachen, das langsam aufschwingt und dahinter den Blick auf bewaffnete Männer in Uniform, eine weiße Holzkirche und eine amerikanische Fahne freigibt (Abb. 1). Folgerichtig bezeichnet Hantke (2011, 166-168) Lawrences Kinofassung als einen zentralen Text der letzten Jahre der Bush-Administration, der die nationale Zukunft in das Ideal einer konservativen ländlichen Kleinstadt verlegt, während Moreman (2012, 130) ein reaktionär-christliches Moralisieren im Film anprangert. Für Roberts (2016, 42) vollendet Lawrences Kinofassung die stufenweise Verwandlung des Protagonisten von einer Anomalie in Mathesons Roman zu einem Messias in der letzten Filmfassung. Es ist überraschend, dass keiner dieser und anderer Kritiker (siehe z. B. Žižek 2010 oder Moya und Lopez 2017) die Originalfassung des Filmes berücksichtigt, die über die DVD-Version zugänglich gemacht worden ist und völlig andere Lesarten motiviert.



Abb. 1: Sicherheit und ein neuer Start in der Kinofassung von *I Am Legend*.

Wie genau unterscheidet sich die Originalfassung von der Kinoversion? Der Director's Cut bringt ein Narrativ hervor, das nicht nur den klassischen Hollywoodhelden dekonstruiert, sondern dem Publikum auch gnadenlos vor Augen führt, was eine Dehumanisierung des Anderen bedeuten kann und wie leicht es ist, sich von einem solchen Diskurs verführen zu lassen.

Auch der Director's Cut endet mit der Konfrontation im Labor. Im Gegensatz zur Kinofassung brechen hier die Vampire jedoch nicht durch das Glas und erzwingen so die Auslöschung ihrer selbst und des Helden. Stattdessen wirft sich der Anführer mehrmals gegen die durchsichtige Barriere, schmiert dann mit seinen Händen etwas auf das Glas und zieht sich zurück. Nevilles Gesicht hinter der Barriere wird kreidebleich, als er auf dem Glas des Bildes eines Schmetterlings gewahr wird, der einer Tätowierung auf dem Oberarm seines letzten Versuchsobjektes gleicht. Langsam senkt er die Pistole und fängt an, Kanülen und Leitungen vom Körper der Vampirin in seinem Labor zu lösen. Auf die Frage Annas, was er da mache, antwortet Neville, er fange an zuzuhören. Diesmal bedeutet diese Antwort jedoch nicht, dass Neville jetzt im Rahmen von Annas religiösem Diskurs repositioniert ist und von nun an der Stimme Gottes folgt. Stattdessen bedeuten seine Worte, dass er angefangen hat, auf die zuvor ausgegrenzte Stimme des dämonisierten Anderen zu hören. Dialog statt gegenseitiger Ausrottung erscheint so als möglicher Konfliktlösungsmechanismus.

In dieser Szene beginnt Neville sich direkt an den vampirischen Gegner zu wenden, der nun nicht nur seine kognitiven Fähigkeiten beweist, sondern auch Empathie und rationales Handeln aufzeigt. Langsam öffnet Neville die Tür und schiebt sein Versuchsobjekt und, wie ihm und dem Publikum jetzt schmerzlich klar wird, sein Opfer aus dem Labor. Gegenseitige Liebesbekundungen der beiden wiedervereinten Vampire bezeugen deren gefühlsmäßige Verbundenheit und motivieren so das Mitgefühl des Publikums. Zuletzt faucht der Anführer Neville an und verlässt dann das Labor, ohne ihm Schaden zuzufügen. Dadurch bezeugt er nicht nur seine Menschlichkeit, sondern auch seine ethische und moralische Überlegenheit, die von simpler Rache absieht.

Eine letzte Szene im Labor nach Abzug der Vampire zeigt im Vordergrund Nevilles Kopf und im Hintergrund eine schier endlose Reihe von Fotografien in Schwarz-Weiß, die jede den Kopf eines von Nevilles Versuchsobjekten und identifizierende Zahlenkolonnen zeigen (Abb. 2). Degouveia (2017, 145) deutet an, dass diese ikonografische Anspielung auf die von Nazi-Ärzten in Konzentrationslagern durchgeführten Menschenversuche dazu dient, die extremsten Folgen eines Diskurses deutlich zu machen, der andere als un- oder untermenschlich konstruiert. Dieser Kunstgriff ist jedoch auch eine beißende Kritik an etablierten Erzählschemata Hollywoods, die routinemäßig auf solche

Diskurse rekurren, um die dargestellte Gewalt als gerechtfertigt und damit unterhaltsam präsentieren zu können. Die letzte Sequenz des Director's Cut führt dann auch nicht zu einer religiös-konservativen Gemeinschaft als erlösendem Paradies hinter Mauern und Stahltoren, sondern zeigt die Fahrt der drei Überlebenden über eine Brücke ins Unbekannte. Durch diese offene Reise mit unbestimmtem Ziel bezieht der Director's Cut von *I Am Legend* bezüglich des dominanten Diskurses eines Krieges gegen den Terror, eine ähnlich kritische Position wie Mathesons Roman im Verhältnis zur Kommunistenjagd eines Joseph McCarthy.



Abb. 2: Das Resultat von Dehumanisierung: Fundamentalkritik an Hollywoods Erzählschemata im Director's Cut von *I Am Legend*.

Es stellt sich jetzt die Frage, wieso ein solches wohl durchdachtes und kunstvoll ausgeführtes Narrativ vor dem Einzug in die Kinos durch ein halbseidenes Machwerk ersetzt wurde, das narrativ gesehen wenig Sinn macht und all seine innovativen Aspekte einbüßt. Die Antwort, so wird sich zeigen, liegt im Produktionsmodell Hollywoods und seiner Abhängigkeit vom Geschmack eines zahlungskräftigen und konservativen Massenpublikums.

5 Die zwei Versionen von *I Am Legend*: Das Hollywood-Propagandamodell in praktischer Anwendung

Matthew Alford (2011, 2015) zufolge kann das von Herman und Chomsky (2002 [1988]) für die Analyse amerikanischer Nachrichtenmedien entwickelte Propagandamodell auch für kritische Annäherungen an Produktionskontext und ideologische Ausrichtung kommerzieller Kulturproduktionen wie derer Hollywoods angewendet werden. Am Beispiel der zwei Versionen von Lawrences *I Am Legend* lässt sich aufzeigen, wie die Filter Produktionskosten, Profitorientierung, Flak und Anti-*ismus zusammenwirken.

Die meisten praktischen Einführungen zur Filmproduktion enthalten Anweisungen, wie angehende Regisseure und Produzenten vorgehen sollten, um die wirtschaftliche Tragfähigkeit ihrer Filme zu sichern (siehe z. B. Marich 2013). Publikumsanalysen verschiedenster Art stellen hier ein zentrales Element von Vorstudien dar, mit deren Hilfe man Form und Inhalt eines geplanten Produktes an den Geschmack des anvisierten Publikumssegmentes anpassen kann. Diese Anpassung wird als Grundvoraussetzung für den Willen von Zuschauern angesehen, z. B. für Kinokarten zu bezahlen und damit Einnahmen und Gewinne zu sichern. Alles, was diesem Geschmack zuwiderläuft, erscheint als ökonomisches Risiko, das im Interesse der Investoren umgangen werden sollte.

Aufgrund der hohen Kosten heutiger Filmproduktionen sind Investitionen unabdingbar. Daher muss auf Profit- und andere Interessen von Geldgebern bei Planung und Produktion Rücksicht genommen werden. Marich (2013) und andere Einführungswerke stellen ein solches Vorgehen als unproblematisch und politisch neutral dar. Artz (2015), Alford (2011, 2015) und andere haben hingegen nachgewiesen, dass solche Anpassungen an eine implizite Logik des Marktes alles andere als politisch neutral sind, da die als notwendig erscheinenden Änderungen an fertigen Werken zumeist eine signifikante ideologische Schlagseite mit sich führen. Dies gilt auch und vor allem für Lawrences Film *I Am Legend*.

Normalerweise werden Informationen über Produktionsprozess und Finanzierung von großen Hollywoodfilmen als Betriebsgeheimnisse behandelt und sind daher oft schwer zugänglich. Im Falle von *I Am Legend* gibt es jedoch Aussagen des Regisseurs, die frühere Spekulationen bestätigen (Lambie 2011, Lunte 2015), dass Probevorführungen des fertigen Films zu massiven Änderungen führten, die dem Werk in letzter

Minute eine völlig neue politisch-ideologische Ausrichtung gaben, die dem Geschmack und der Grundhaltung des befragten Publikumssegmentes eher entsprachen als das kritische Hinterfragen von kulturellen, wissenschaftlichen und politischen Dämonisierungsprozessen. Lawrence selbst gibt offen zu, dass die ursprüngliche Version die bessere und bei weitem mehr im Sinne des Regisseurs war. Er sagt im Interview mit Cotter (2018) unter anderem:

I agree it's [the director's cut is] the better ending. I mean, it's the more philosophical version of the end, but in terms of story math we're doing everything you're not supposed to do, right? The hero doesn't find the cure, right? They drive off into the unknown and the creatures you've been saying are the bad ones the whole time you learn actually have humanity and aren't the bad ones—the hero's the bad one. And so you've basically turned everything on its head. We tested it twice and it got wildly rejected, wildly rejected, which is why we came out with the other one."

Dieses Beispiel macht die ideologischen Implikationen scheinbar neutraler Anpassungen an den Geschmack eines Massenpublikums deutlich und funktioniert so als eine gute Illustration für das Zusammenwirken der Faktoren Produktionskosten und Profitorientierung. Zur Vermeidung von Flak wird hier dem Film eine Form gegeben, die den vermeintlichen Erwartungen eines implizit als normgebend angesehenen Teils des Publikums entspricht. So werden finanzielle Einnahmen und damit Investitionen und Profit gesichert.

Gleichzeitig rückt das Werk ideologisch gesehen an in den USA hegemoniale Diskurse des Krieges gegen den Terror heran und bestätigt diese durch generelle Verweise auf moralisch dichotomische Konflikte, die nur durch die totale Auslöschung eines unmenschlichen Gegners beendet werden können. Bowring (2015, 135) kommentiert die Kinofassung in diesem Sinne wie folgt: "It is notable that the post 9/11 adaptation [of Matheson's *I Am Legend*] is the adaptation which refuses the most forcibly to shift perspective in the way Matheson's novel did [...] which indicates much about contemporary perspectives and accounts of selfhood and alterity".

Die Geschichte der Kinoversion fällt in diesem Prozess angeblich neutraler Marktausrichtung also auf ein generisches Erzählschema zurück, das einen bekannten Anti-*ismus bedient, um Gewalt als legitim und daher unterhaltsam und den männlich-militärischen Individualhelden als positives Rollenmuster präsentieren zu können (zu solchen Erzählschemata siehe u. a. Pötzsch 2013 und Artz 2015, 200-213). Eine

virtuos durchgeführte Dekonstruktion eben dieses Helden und seiner diskursiven Position wird als das anvisierte Publikum verstörend abgewiesen. Wie oben aufgezeigt, haben ebendiese angeblich rein ökonomischen Erwägungen signifikante politische Konsequenzen, da die scheinbar neutrale Anpassung an Marktlogik eben auch bedeutsame ideologische Schlagseiten zeitigt.

Das hier angeführte Beispiel macht auch deutlich, dass Probevorführungen zum Testen von Form und Inhalt von Filmen und anderen Kulturprodukten ein Scharnier darstellen, das die Interaktionen und Interferenzen zwischen einzelnen Filtern des Propagandamodells sichtbar und empirisch feststellbar macht. Damit demonstriert der aufgezeigte Fall auch die empirische Anwendbarkeit und konkreten Erkenntnisgewinne eines auf Kulturproduktion angewendeten Propagandamodells.

Literatur

- Alford, Matthew. 2011. „Why not a Propaganda Model for Hollywood?“. In *Screens of Terror: Representations of War and Terrorism in Film and Television Since 9/11*, herausgegeben von Philip Hammond, 71-88. Bury St. Edmunds: Arima Publishing.
- Alford, Matthew. 2015. „How Useful Is a Propaganda Model for Screen Entertainment?“. In *Noam Chomsky*, herausgegeben von Alison Edgley, 141-164. Basingstoke: Palgrave Macmillan.
- Álvarez-Peralta, Miguel. 2018. „From #15M to *Podemos*: Updating the Propaganda Model for Explaining Political Change in Spain and the Role of Digital Media“. In *The Propaganda Model Today: Filtering Perception and Awareness*, herausgegeben von Joan Pedro-Carañana, Daniel Broudy, und Jeffery Klaehn, 107-124. London: University of Westminster Press.
- Artz, Lee. 2015. *Global Entertainment Media: A Critical Introduction*. Oxford: Wiley Blackwell.
- Bowring, Nicola. 2015. „Richard Matheson’s ‘I Am Legend’: Colonization and Adaptation“. *Adaptation* 8(1): 130-144.
- Brahm, Gabriel N. 2006. „Understanding Noam Chomsky: A Reconsideration“. *Critical Studies in Media Communication* 23(5): 453-461.
- Caballero, Francisco S. 2018. „Imperialism and Hegemonic Information in Latin America: The Media Coup in Venezuela vs. the Criminalisation of Protest in Mexico“. In *The Propaganda Model Today: Filtering Perception and Awareness*, herausgegeben von Joan Pedro-Carañana, Daniel Broudy, und Jeffery Klaehn, 237-248. London: University of Westminster Press.

- Cotter, Padraig. 2018. „‘I Am Legend’ Director Reveals the Movie He Wishes He’d Made”. *Screen Rant: Movie News*, January 22. <https://screenrant.com/i-am-legend-ending-approach/>. Zugegriffen am 15. November 2019.
- Degouveia, Tony. 2017. „I Am Omega Man: Religious Repositioning of the Secular Apocalypse Film in ‘I Am Legend’”. In *Science Fiction, Ethics and the Human Condition*, herausgegeben von Christian Baron, Peter Nicolai Halvorsen und Christine Cornea, 137-154. Cham: Springer International Publishing.
- Entman, Robert. 1990a. „News As Propaganda: Review of Manufacturing Consent”. *Journal of Communication* 40 (1): 124-127.
- Entman, Robert. 1990b. „A Reply”. *Journal of Communication* 40 (1): 190-192.
- Faizi, Hamed. 2015. „Distorted Dialogue in Richard Matheson’s ‘I Am Legend’: A Bakhtinian Perspective”. *Advances in Language and Literary Studies* 6 (4): 36-40.
- Fuchs, Christian. 2018. „Propaganda 2.0: Herman and Chomsky’s Propaganda Model in the Age of the Internet, Big Data and Social Media”. In *The Propaganda Model Today: Filtering Perception and Awareness*, herausgegeben von Joan Pedro-Carañana, Daniel Broudy, und Jeffery Klaehn, 71-92. London: University of Westminster Press.
- Hall, Stuart. 1977. „Encoding/Decoding”. In *The Cultural Studies Reader*, herausgegeben von Simon During, 91-103. London: Routledge.
- Hantke, Steffen. 2011. „Historicizing the Bush Years: Politics, Horror Film, and Francis Lawrence’s ‘I Am Legend’”. In *Horror After 9/11: World of Fear, Cinema of Terror*, herausgegeben von Aviva Briefel und Sam J. Miller, 165-185. Austin: University of Texas Press.
- Herman, Edward S. 1990. „Dissent on Manufacturing Consent”. *Journal of Communication* 40 (1): 189-190.
- Herman, Edward S. 2000. „The Propaganda Model: A Retrospective.” *Journalism Studies* 1(1): 101-112.
- Herman, Edward S. und Noam Chomsky. 2002 [1988]. *Manufacturing Consent: The Political Economy of the Mass Media*. New York: Pantheon Books.
- Herman, Edward S. und Noam Chomsky. 2004. „Reply to Kurt and Gladys Lang”. *Political Communication* 21(1): 103-107.
- Krüger, Uwe. 2016. *Mainstream. Warum wir den Medien nicht mehr trauen*. 2., durchgesehene und aktualisierte Auflage. München: C. H. Beck.
- Krüger, Uwe. 2019 [2013]. *Meinungsmacht: Der Einfluss von Eliten auf Leitmedien und Alpha Journalisten – Eine kritische Netzwerkanalyse* (2. überarbeitete und erweiterte Auflage). Köln: Herbert von Halem Verlag.
- Lambie, Ryan. 2011. „Exclusive: Director Francis Lawrence on What Went Wrong with ‘I Am Legend’”, *denofgeek.com*, May 4. Available online: <http://www.denofgeek.com/movies/17405/exclusive-director-francis-lawrence-on-what-went-wrong-with-i-am-legend> [March 15, 2018].
- Lang, Kurt und Gladys Engel Lang. „Noam Chomsky and the Manufacture of Consent for American Foreign Policy”. *Political Communication* 21 (1): 93-101.
- Lawrence, Francis. 2007a. *I Am Legend*. DVD. Burbank: Warner Home Video.

- Lawrence, Francis. 2007b. *I Am Legend. Director's Cut*. Burbank: Warner Home Video.
- Lunte, Kathryn. 2015. „Screening Success: Marketing Research for Movies“, *Film and Digital Media: A Multi-Authored Discussion of the Creative Industries in the Digital Age*, February 28. <https://filmanddigitalmedia.wordpress.com/2015/02/28/assessing-the-marketplace-research-in-film/>. Zugriffen am 15. November 2019.
- Marcuse, Herbert. 1991 [1964]. *One Dimensional Man: Studies in the Ideology of Advanced Industrial Societies*. New York: Beacon Press.
- Marich, Robert. 2013. *Marketing Moviegoers: A Handbook of Strategies and Tactics*, third edition. Carbondale: Southern Illinois University Press.
- Matheson, Richard. 1954. *I Am Legend*. New York: Fawcett Publications.
- Moreman, Christopher M. 2012. „Let this Hell Be Our Heaven: Richard Matheson's Spirituality and Its Hollywood Distortions“. *Journal of Religion and Popular Culture* 24 (1): 130–147.
- Moya, Ana und Gemma López. 2017. „Looking Back: Versions of the Post-Apocalypse in Contemporary North-American Cinema“. *Film Criticism* 41 (1): 1–17.
- Mullen, Andrew. 2018. „The 2008 Financial Crisis, the Great Recession and Austerity in Britain: Analysing Media Coverage Using the Herman-Chomsky Propaganda Model“. In *The Propaganda Model Today: Filtering Perception and Awareness*, herausgegeben von Joan Pedro-Carañana, Daniel Broudy, und Jeffery Klaehn, 193–222. London: University of Westminster Press.
- Pötzsch, Holger. 2013. „Ubiquitously Absent Enemies: Character Engagement in the Contemporary War Film“. *Nordicom Review* 34 (1): 125–144.
- Roberts, Justin J. 2016. „Transforming the Hero of 'I Am Legend'“. *Journal of Popular Film & Television* 44 (1): 42–50.
- Robinson, Piers. 2015. „The Propaganda Model: Still Relevant Today?“. In *Noam Chomsky*, herausgegeben von Alison Edgley, 77–96. Basingstoke: Palgrave Macmillan.
- Schiller, Dan. 2000. *Digital Capitalism: Networking the Global Market System*. Cambridge: MIT Press.
- Žižek, Slavoj. 2010. *Living in the End Times*. London: Verso.
- Zollmann, Florian. 2017. *Media, Propaganda and the Politics of Intervention*. New York: Peter Lang.
- Zollmann, Florian. 2018. „Corporate-Market Power and Ideological Domination: The Propaganda Model after 30 Years—Relevance and Further Application“. In *The Propaganda Model Today: Filtering Perception and Awareness*, herausgegeben von Joan Pedro-Carañana, Daniel Broudy, und Jeffery Klaehn, 223–236. London: University of Westminster Press.

Open Access

Dieser Beitrag erscheint unter der Creative-Commons-Lizenz CC-BY-SA 4.0:
<https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/>